

**“UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Materia: Trabajo De Profesionalización**

**Modalidad: Plan De Negocios**



**“Implementación de una empresa cinematográfica  
Autocine el Sur”**

**ELABORADO POR:** Panique Colque Marco A.  
Ruiz Gutiérrez Mirco A.

Trabajo de investigación presentado a consideración de la Universidad Autónoma “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**Diciembre del 2012  
TARIJA- BOLIVIA**

V<sup>0</sup> B<sup>0</sup>

---

**Lic. Javier Castellanos Zamora**  
**DOCENTE GUÍA DE TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN**

---

**M.Sc. Lic. Bernardo Muñoz Vargas**  
**DECANO F.C.E.Y.F.**

---

**M.Sc. Lic. Víctor Jorge Vargas R.**  
**VICEDECANO F.C.E.Y.F.**

---

**M.Sc. Lic. Waldo Gumiel Vela**  
**DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN Y**  
**ADMINISTRACIÓN APLICADA**

**APROBADO POR:**

**TRIBUNAL:**

---

**M.Sc. Lic. Milvian Ramírez Llanque**  
**Tribunal 1**

---

**Lic. Freddy Riera Ayllon**

**Tribunal 2**

El tribunal calificador del presente trabajo no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el presente trabajo siendo este únicamente responsabilidad de los autores

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo plan de negocios con afecto y admiración a mi madre, quien a lo largo de mi vida supo darme fuerzas y valor para afrontar todas las adversidades que se me presentaron y a una persona muy especial en mi vida la cual siempre me brindo su apoyo y comprensión incondicional “G.T.V.”

Marco A. Panique

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mi Madre, hermanos y a mi Padre que desde el cielo supo guiar e iluminar mi camino dándome la fuerza suficiente para alcanzar una de las metas más importantes de mi vida.

Mirco Aser Ruiz Gutiérrez

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en el camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

## **PENSAMIENTO**

*La sabiduría es un don que Dios le dio al ser humano para que pueda callar, Opinar, y sobre todo comprender, Ser sabio no implica tener la razón todo el tiempo, ser sabio es cuando tu aceptas que te has equivocado y agradeces a quien te corrige.. .Porque la sabiduría en ti, alcanza su máximo esplendor, cuando te das cuenta para que estas en esta tierra..*

*José Mazariegos*

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2. ANTECEDENTES.....</b>	<b>2</b>
<b>3. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>4.-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
<b>4.1.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>7</b>
<b>5.- OBJETIVOS:.....</b>	<b>7</b>
<b>5.1.- Objetivo General.-.....</b>	<b>7</b>
<b>5.2.- Objetivo De Solución.-.....</b>	<b>7</b>
<b>5.3.-Objetivos Específicos.-.....</b>	<b>7</b>
<b>6.-METODOLOGÍA.-.....</b>	<b>8</b>
<b>7.- MUESTRA DE ESTE ESTUDIO.-.....</b>	<b>9</b>
<b>8.-ALCANCE.....</b>	<b>9</b>
<b>8.1.-Alcance Espacial.-.....</b>	<b>9</b>
<b>8.2.-Alcance Temporal.-.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>10</b>
<b>ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1. ANÁLISIS PEST.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1.1. Ambiente Político-Legal.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1.2. Ambiente Económico.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.3. Ambiente social.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.4. Ambiente tecnológico.....</b>	<b>16</b>
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>19</b>
<b>MICRO ENTORNO.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1. ENFOQUE DE PORTER.....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.1 Clientes.....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.2. Competencia.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.3. Barreras de Entrada.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.4. Productos Sustitutos.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.5. Proveedores.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO</b>	



GENERAL Y MICRO ENTORNO.-.....	24
CAPITULO III.....	26
INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....	26
3.1. INTRODUCCIÓN.....	27
3.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	27
3.2.1. Problema De Decisión Gerencial.....	27
3.2.2. Problema De Investigación De Mercados.....	28
3.3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	28
3.4. HIPÓTESIS.....	28
3.5. OBJETIVOS.....	28
3.5.1. Objetivo General.....	28
3.5.2. Objetivos Específicos.....	28
3.6. FORMULACIÓN DEL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	29
3.6.1. Tipo De Investigación.....	29
3.6.2. Método De Recopilación De Datos.....	30
3.7. PROCEDIMIENTO DE ESCALA Y MEDICIÓN.....	30
3.8. DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	31
3.9. PROCESO DE MUESTRA Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	31
3.10. PREPARACIÓN DE LOS DATOS.....	33
3.11. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....	34
3.12. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION DE MERCADO.....	45
CAPÍTULO IV.....	46
NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	46
4.1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	47
4.1.1. Nombre De La Empresa.....	47
4.1.2. Tipo de la Empresa.....	47
4.1.3. Ubicación Geográfica De La Empresa.....	48
4.2. MISIÓN DE LA EMPRESA.....	49
4.3. VISIÓN DE LA EMPRESA.....	49
4.4. VALORES.....	49

4.5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	50
4.6. OBJETIVO ESPECIFICOS.....	50
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>51</b>
<b>PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>51</b>
5.1. OBJETIVOS DE MARKETING.....	52
5.1.1. Objetivo General.....	52
5.1.2. Objetivos a Corto Plazo.....	52
5.1.3. Objetivos a Mediano Plazo.....	53
5.1.4. Objetivos a Largo Plazo.....	53
5.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	53
5.2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA ANUAL Y SUS PROYECCIONES.....	56
5.3. ESTRATEGIA DE MARKETING.....	58
5.4. MARKETING MIX.....	59
5.4.1. Producto (Servicio).....	59
5.4.2. Precio.....	61
5.4.3. Plaza.....	62
5.4.4. Promoción.....	62
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>65</b>
<b>PLAN DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>65</b>
6.1. OBJETIVO GENERAL.....	66
6.2. CAPACIDAD INSTALADA.....	66
6.2.1. Superficie para parking.....	67
6.3. LOCALIZACIÓN.....	68
6.4. MAQUINARIA Y EQUIPO.....	69
6.5. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y OFICINAS.....	72
6.6. DIAGRAMA DEL FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO.....	74
6.7. INSUMOS REQUERIDOS.....	75
6.7. CONTROL DE CALIDAD.....	76
6.8. PRESUPUESTO PARA LAS INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO.-....	76
<b>CAPITULO VII.....</b>	<b>79</b>
<b>ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO.....</b>	<b>79</b>

<b>7.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>80</b>
<b>7.2. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....</b>	<b>81</b>
<b>7.3. CAPTACIÓN DEL PERSONAL.....</b>	<b>87</b>
<b>7.3.1. Reclutamiento.....</b>	<b>87</b>
<b>7.3.2. Selección.....</b>	<b>88</b>
<b>7.3.3. Técnica de selección: entrevista.....</b>	<b>88</b>
<b>7.3.4. Contratación.....</b>	<b>89</b>
<b>7.4. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.....</b>	<b>89</b>
<b>7.5. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....</b>	<b>90</b>
<b>CAPÍTULO VIII.....</b>	<b>91</b>
<b>PLAN FINANCIERO.....</b>	<b>91</b>
<b>8.1. ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>92</b>
<b>8.1.1. Análisis De La Inversión Fija O Tangible.....</b>	<b>92</b>
<b>8.1.2. Análisis De La Inversión Diferida O Intangible.....</b>	<b>94</b>
<b>8.1.3. Capital de trabajo.....</b>	<b>94</b>
<b>8.1.4. Financiamiento.....</b>	<b>95</b>
<b>8.2. PLAN DE AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL INVERTIDO.....</b>	<b>95</b>
<b>8.3. PROGRAMA DE INGRESOS Y EGRESOS.....</b>	<b>96</b>
<b>8.3.1. Análisis de los ingresos.....</b>	<b>96</b>
<b>8.3.2. ANÁLISIS DE LOS EGRESOS.....</b>	<b>96</b>
<b>8.4. FLUJO DE CAJA.....</b>	<b>96</b>
<b>8.5. INDICADORES FINANCIEROS.....</b>	<b>97</b>
<b>8.5.1 VAN.....</b>	<b>97</b>
<b>8.5.2. TIR.....</b>	<b>99</b>
<b>8.5.3. PERIODO DE RECUPERACION.....</b>	<b>100</b>
<b>CAPÍTULO IX.....</b>	<b>101</b>
<b>9.1 CONCLUSIONES.....</b>	<b>102</b>
<b>9.2 RECOMENDACIONES.....</b>	<b>103</b>

**BIBLIOGRAFÍA**  
**ANEXOS**